

# ПОСТАНОВЛЕНИЕ

## о вынесении предупреждения

город Омск

Дело №

21 ноября 2017 года

06-07/126-2017/14.3

Врио заместителя руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 13 ноября 2017 года и другие материалы дела, возбужденного по части 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) в отношении индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>), ИНН 550701621403, ОГРН 310554305800116,

в отсутствие ИП <...> (ходатайство от 13.11.2017 вх. № 9041),

### У С Т А Н О В И Л:

Решением Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 31 октября 2017 года по делу № 06-06/81-2017 реклама, распространенная ИП <...> 08.09.2017 на фасаде здания № 32 по ул. Серова в г. Омске, в части привлечения в ней внимания к конкретным медицинским изделиям, была признана ненадлежащей, нарушающей требования [части 7 статьи 24](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

Комиссией Омского УФАС России также было принято решение о передаче материалов дела № 06-06/81-2017 для возбуждения дела об административном правонарушении по части 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Дело об административном правонарушении было возбуждено протоколом от 13 ноября 2017 года № 06-07/126-2017/14.3.

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 08.09.2017 Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области был установлен факт распространения на рекламной конструкции, расположенной на фасаде здания № 32 по ул. Серова в г. Омске, рекламы следующего содержания: «ОПТИКА АЛЬЯНС СКИДКА НА ОПРАВУ 20% подробности уточняйте у консультантов ПРИ ВЫБОРЕ ФРАНЦУЗСКИХ ЛИНЗ Crizal Подбор очков бесплатно Пенсионерам скидки Crizal Четкое зрение АЛЬЯНС оптика групп».

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно [пункту 2](#) статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

[Пункт 3](#) статьи 3 Федерального закона «О рекламе» содержит определение товара, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

При этом [частью 1 статьи 455](#) Гражданского кодекса Российской Федерации товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота.

Кроме того, в соответствии с [частью 1 статьи 467](#) Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным признакам (ассортимент), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

Таким образом, системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть товар, предназначенный для продажи и иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Согласно письму ФАС России от 24.01.2011 № АК/1829 «...В случае, если в месте нахождения организации будут размещаться конструкции с изображением единиц продукции конкретных видов (с маркировкой, наименованием, товарным знаком или иным обозначениями, позволяющими индивидуализировать конкретного производителя и марку товара), такие изображения будут признаваться рекламой соответствующего товара...».

Распространенная на фасаде здания № 32 по ул. Серова в г. Омске информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к ОПТИКЕ «АЛЬЯНС» и реализуемой ей продукции - линзам Crizal.

Согласно приказу Министерства здравоохранения Российской Федерации от 06.06.2012 № 4н «Об утверждении номенклатурной классификации медицинских изделий» очки (код 11.10 линзы очковые и сопутствующие изделия), контактные линзы (код 11.9 линзы контактные и сопутствующие изделия) относятся к виду офтальмологических медицинских изделий № 11.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, **медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.** В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой

являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

На момент выявления факта распространения вышеуказанной рекламы, предупреждение, предусмотренное частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», в данной рекламе отсутствовало.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно режимной вывеске, деятельность в помещении, расположенном по адресу: г. Омск, ул. Серова, 32, осуществляет ООО «МАГАЗИН № 18 «СОВРЕМЕННОСТИ».

На запрос Омского УФАС России ООО «МАГАЗИН № 18 «СОВРЕМЕННОСТИ» пояснило (вх. № 7592 от 20.09.2017): «...рекламная конструкция на фасаде здания по ул. Серова 32 следующего содержания: «ОПТИКА АЛЬЯНС СКИДКА НА ОПРАВУ 20 % подробности уточняйте у консультантов ПРИ ВЫБОРЕ ФРАНЦУЗКИХ ЛИНЗ Crizal подбор очков бесплатно пенсионерам скидки Crizal четкое зрение АЛЬЯНС оптика групп». Была установлена ИП <...> (т. <...>)...».

Согласно определению, данному в пункте 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из того, что ИП <...> является продавцом рекламируемых медицинских изделий, а также лицом, определившим содержание вышеуказанной рекламы, соответственно, ИП <...> выступает в данном случае в качестве рекламодателя рассматриваемой рекламы.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В силу примечания к статье 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения несут административную ответственность как должностные лица.

Таким образом, ИП <...>, имея возможность для соблюдения требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» и не приняв все зависящие от него меры по их соблюдению, распространив ненадлежащую рекламу, совершил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена **частью 5 статьи 14.3** Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно **части 5 статьи 14.3** Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок -

влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Местом совершения административного правонарушения является место распространения указанной рекламы: фасад здания № 32 по ул. Серова в г. Омске.

Временем совершения административных правонарушений является дата фиксации распространения рекламы, а именно: 08.09.2017.

Протокол по делу об административном правонарушении № 06-07/126-2017/14.3 был составлен 13 ноября 2017 года уполномоченным должностным лицом Омского УФАС России в отсутствие ИП <...> (ходатайство от 13.11.2017 вх. № 9041).

На момент рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении сроки давности привлечения к административной ответственности, установленные статьей 4.5 КоАП РФ, не истекли.

Вина ИП <...> в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ, доказана и подтверждается материалами дела об административном правонарушении № 06-07/126-2017/14.3.

При назначении наказания должностным лицом, рассматривающим дело № 06-07/126-2017/14.3, учитываются общие правила назначения административного наказания, предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение ИП <...> установленных Федеральным законом «О рекламе» требований, а также обстоятельства, вынуждающие его действовать в состоянии крайней необходимости, при рассмотрении дела не установлены.

Должностным лицом, рассматривающим дело № 06-07/126-2017/14.3, в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность ИП <...> (статья 4.2 КоАП РФ), признаны его раскаяние, а также тот факт, что административное правонарушение совершено им впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность ИП <...> (статья 4.3 КоАП РФ), не выявлено.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на сайте Федеральной налоговой службы России <https://rmsp.nalog.ru> от 28.09.2017 № ИЭ9965-17-731958 индивидуальный предприниматель <...> является субъектом малого и среднего предпринимательства – микропредприятие (дата внесения сведений в реестр 01.08.2016).

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации») субъекты малого и среднего предпринимательства - это хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям.

Часть 1 статьи 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» предусматривает, что к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации и соответствующие условиям, установленным [частью 1.1](#) настоящей статьи, хозяйственные общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели.

На основании части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об

административных правонарушениях, **административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение** при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящей статьи.

Согласно частям 1, 2, 3 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба. В случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Оценив характер и обстоятельства совершенного ИП <...> административного правонарушения, должностное лицо усмотрело основания для применения положений статей 3.4 и 4.1.1 КоАП РФ, поскольку их применение в данной ситуации является справедливым, отвечающим принципу целесообразности юридической ответственности, характеру правонарушения и обстоятельствам его совершения, соответствует как интересам лица, привлекаемого к ответственности, так и интересам государства.

Учитывая, что факт возбуждения административного дела сам по себе уже выполняет предупредительную функцию, вынесение предупреждения по данному делу обеспечивает соответствующую защиту охраняемым законом государственным и общественным интересам.

На основании изложенного, руководствуясь **статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, частью 1 статьи 29.9** Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### П О С Т А Н О В И Л:

Признать индивидуального предпринимателя <...> (ИНН 550701621403, ОГРН 310554305800116) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и применить к нему меру ответственности, предусмотренную частью 1 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в виде предупреждения за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

По истечении этого срока необжалованное и неопротестованное постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу и обращается к исполнению.

Врио заместителя руководителя управления <...>